

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS ORGANIK DI KOTA SURAKARTA

Ida Safitri, Endang Siti Rahayu dan Heru Irianto

Program Studi Agribisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
idhashafitry@yahoo.co.id

Abstrak

Beras sebagai salah satu bahan pangan pokok menjadi salah satu potensi besar untuk dapat di produksi secara organik. Beras organik merupakan beras yang bebas dari bahan kimia buatan dan bahan lainnya yang membahayakan kesehatan sehingga sehat dikonsumsi. Konsumsi beras organik oleh sebagian masyarakat menjadi hal yang penting karena kesadaran akan keamanan bahan pangan organik dan nutrisi yang terkandung dalam beras organik. Kunci keberhasilan pemasaran terletak pada pemahaman pengusaha tentang perilaku konsumen. Pemahaman mengenai perilaku konsumen akan meningkatkan jumlah penjualan yang secara langsung meningkatkan jumlah konsumsi. Tujuan penelitian adalah, (1) mendeskripsikan dan menganalisis tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut produk beras organik, (2) mendeskripsikan dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian beras organik di Kota Surakarta. Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif analitik. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan metode penentuan sampel dilakukan dengan metode *judgement sampling* dengan jumlah 100 responden. Sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah (1) *Importance Performance Analysis* (IPA) (2) *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari perhitungan IPA terdapat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut produk beras organik dengan rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 94,91% yang artinya tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Hasil perhitungan CSI menunjukkan bahwa konsumen sudah merasa puas dalam pembelian beras organik di Kota Surakarta dengan nilai tingkat kepuasan konsumen sebesar 76,6%.

Kata kunci : Beras Organik, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Pendahuluan

Beras sebagai salah satu bahan pangan pokok yang banyak dibutuhkan masyarakat Indonesia menjadi salah satu potensi besar untuk dapat di produksi secara organik. Beras organik merupakan beras yang bebas dari bahan kimia buatan dan bahan lainnya yang membahayakan kesehatan sehingga sehat dikonsumsi oleh balita, dewasa maupun manula. Beras organik sudah banyak dijual di pasar-pasar modern atau supermarket. Kota Surakarta merupakan salah satu kota yang memiliki supermarket yang menjual beras organik. Terdapatnya beberapa tempat yang menjual beras organik di Kota Surakarta menunjukkan bahwa adanya permintaan beras organik yang cukup tinggi di Kota Surakarta meskipun jumlahnya tidak sebanyak beras non organik.

Konsumen dalam melakukan pembelian akan mempertimbangkan atribut yang ada pada beras organik sesuai dengan kepentingan untuk mendapatkan kepuasan. Selain atribut produk yang ada pada beras organik, tingkat kinerja atribut beras organik menjadi hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian. Tingkat kinerja akan mempengaruhi tingkat harapan konsumen terhadap produk beras organik yang dibeli. Adanya pertimbangan terhadap tingkat kinerja dan harapan oleh konsumen akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian.

Tingkat kepuasan konsumen penting untuk diketahui karena dapat memberikan informasi apakah beras organik yang ada sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Informasi mengenai kepuasan konsumen memberikan keuntungan kepada produsen ataupun pedagang beras organik untuk menyediakan beras organik yang sesuai dengan keinginan konsumen dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen melalui perbaikan atribut produk yang ada. Hal ini yang menjadi alasan dilakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen.

Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan dan menganalisis tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja atribut produk pada konsumen dalam pembelian beras organik di Kota Surakarta.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian beras organik di Kota Surakarta.

Metodologi

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik, dengan pengumpulan menggunakan kuisioner. Metode penentuan sampel lokasi penelitian adalah *purposive sampling* (secara sengaja), dipilih lima pasar swalayan antara lain Hypermart Solo Grandmall, Luwes Gading, Sami Luwes, Luwes Lojiwetan dan Ratu Luwes. Masing-masing diambil 20 responden sehingga total terdapat 100 responden konsumen beras organik. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis dilakukan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Menurut Supranto (2006), metode IPA digunakan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja atribut produk beras organik. Menurut Irawan (2002), analisis CSI digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tingkat Kesesuaian antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Atribut Beras Organik di Kota Surakarta

Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara menghitung skor kinerja dan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian tersebut digunakan untuk menentukan skala prioritas layanan dan prioritas perbaikan mencapai kepuasan konsumen. Tingkat kesesuaian tersebut akan menentukan prioritas peningkatan atribut beras organik yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Berikut hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari atribut beras organik.

Tabel 1. Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

No	Atribut	Tingkat kepentingan (Y_i)	Tingkat kinerja (X_i)	Rata-rata (\bar{Y}_i)	Rata-rata (\bar{X}_i)	Tingkat Kesesuaian (T_{ki})
1	Bentuk beras	425	401	4,25	4,01	94,35%
2	Warna beras	438	403	4,38	4,03	92%
3	Beras pecah	381	389	3,81	3,89	102,09%
4	Panjang beras	358	389	3,58	3,89	108,65%
5	Menir beras	361	387	3,61	3,87	107,20%
6	Kebersihan beras	458	414	4,58	4,14	90,39%
7	Keragaman butir	360	384	3,60	3,84	106,67%
8	Kepulenan	444	422	4,44	4,22	95,04%
9	Aroma beras	441	423	4,41	4,23	95,91%
10	Daya tahan beras	455	443	4,55	4,43	97,36%
11	Pandan wangi	386	393	3,86	3,93	101,81%
12	Menthik susu	386	394	3,86	3,94	102,07%
13	Menthik wangi	386	394	3,86	3,94	102,07%
14	IR 64	387	395	3,87	3,95	102,06%
15	Beras merah	381	390	3,81	3,90	102,36%
16	Beras hitam	373	386	3,73	3,86	103,48%
17	Beras coklat	372	384	3,72	3,84	103,22%
18	C4	372	384	3,72	3,84	103,22%
19	Plastik 1 kg	355	357	3,55	3,57	100,56%
20	Plastik 2 kg	371	370	3,71	3,70	99,73%
21	Plastik 5 kg	404	396	4,04	3,96	98,01%
22	Box 1 kg	311	315	3,11	3,15	102,28%
23	Box 2 kg	310	316	3,10	3,16	101,93%
24	Harga beras	492	318	4,92	3,18	64,63%
25	Mudah didapat	460	368	4,60	3,68	80%
26	Kebiasaan	426	393	4,26	3,93	92,25%
27	Prestise	324	305	3,24	3,05	94,13%
28	Peduli kesehatan	499	491	4,99	4,91	98,39%
29	Peduli lingkungan	457	446	4,57	4,46	97,59%
30	Kandungan gizi	499	489	4,99	4,89	97,99%
Jumlah		12072	11739	120,72	117,39	94,91%

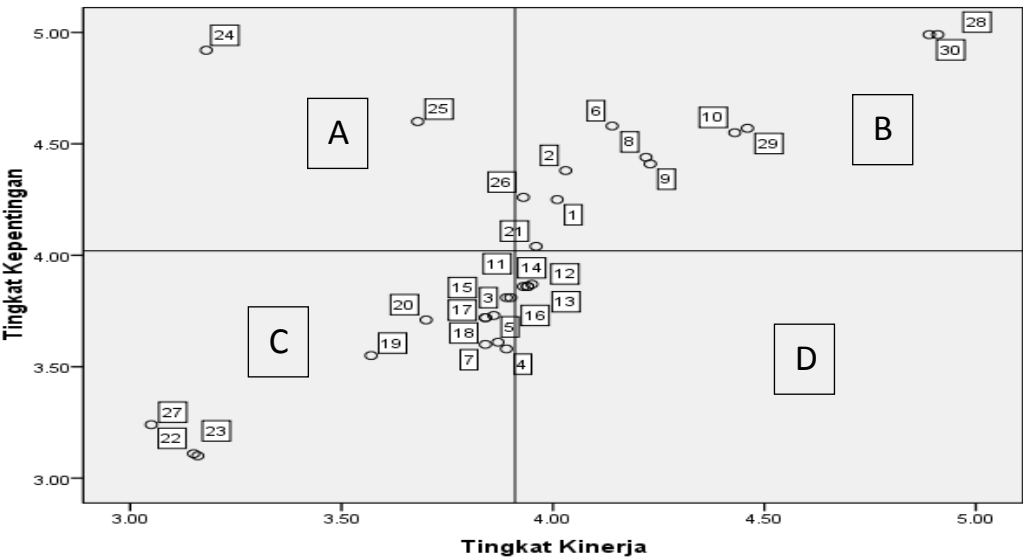
Sumber: Analisis Data Primer Tahun 2017

Pada Tabel 1 persentase rata-rata tingkat kesesuaian 94,91%, menjelaskan secara keseluruhan hubungan kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja atribut beras organik belum memenuhi harapan konsumen. Atribut yang memiliki nilai Tki paling

rendah adalah harga beras organik, artinya harga dari beras organik belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga perlu adanya perbaikan dan perhatian dari produsen dan pihak pasar swalayan. Atribut yang memiliki nilai Tki paling tinggi adalah panjang beras, artinya panjang beras sudah sesuai dengan harapan konsumen, akan tetapi masih perlu diperhatikan dan dipertahankan kualitasnya. Semakin tinggi nilai yang diperoleh berarti semakin sesuai dengan harapan konsumen.

Diagram Kartesius (*Importance Performance Analysis*)

Diagram kartesius merupakan bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (x,y) dimana x merupakan rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut dan y adalah rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Supranto, 2006). Dari perhitungan IPA diperoleh hasil rata-rata tingkat kinerja secara keseluruhan sebesar 3,91 dan rata-rata tingkat kepentingan secara keseluruhan sebesar 4,02. Nilai rata-rata tersebut digunakan untuk menentukan diagram kartesius yang dibagi menjadi empat kuadran. Penjabaran kuadran *Importance Performance Analysis* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kuadran Importance Performance Analysis

Keterangan:

1. Bentuk beras	7. Keragaman butir	13. Menthik wangi	19. Plastik 1 kg	25. Mudah didapat
2. Warna beras	8. Kepulenan	14. IR 64	20. Plastik 2 kg	26. Kebiasaan
3. Beras pecah	9. Aroma beras	15. Beras merah	21. Plastik 5 kg	27. Prestise
4. Panjang beras	10. Daya tahan beras	16. Beras hitam	22. Box 1 kg	28. Peduli kesehatan
5. Menir beras	11. Pandan wangi	17. Beras coklat	23. Box 2 kg	29. Peduli lingkungan
6. Kebersihan beras	12. Menthik susu	18. C4	24. Harga beras	30. Kandungan gizi

Kuadran A (Prioritas Utama) menggambarkan atribut yang dianggap penting tetapi belum memberikan kepuasan kepada konsumen. Atribut tersebut memiliki nilai rata-rata tingkat kinerja kurang dari rata-rata total tingkat kinerja maka dianggap kurang memuaskan. Sedangkan rata-rata tingkat kepentingan lebih dari rata-rata total tingkat kepentingan maka dianggap penting. Kuadran B (Pertahankan Prestasi) menunjukkan atribut yang penting dan sudah sesuai dengan harapan konsumen. Atribut tersebut memiliki nilai rata-rata tingkat kinerja dan rata-rata tingkat kepentingan lebih dari rata-rata total tingkat kinerja dan tingkat kepentingan sehingga memuaskan bagi konsumen dan dianggap penting oleh konsumen sehingga harus dipertahankan prestasinya. Kuadran C (Prioritas Rendah) menggambarkan atribut yang tidak penting dan tidak diharapkan oleh konsumen sehingga tidak perlu memprioritaskan atribut tersebut. Atribut tersebut memiliki nilai rata-rata tingkat kinerja dan rata-rata tingkat kepentingan kurang dari rata-rata total tingkat kinerja dan rata-rata total tingkat kepentingan sehingga tidak perlu melakukan tindakan apapun untuk memperbaikinya. Kuadran D (Berlebihan) menggambarkan atribut yang dianggap tidak penting tetapi sesuai dengan harapan dan kepuasan konsumen. Atribut tersebut memiliki nilai rata-rata tingkat kinerja lebih dari rata-rata total tingkat kinerja sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan kurang dari rata-rata total tingkat kepentingan.

Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Beras Organik di Kota Surakarta

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar harapan konsumen yang dapat dipenuhi oleh pihak produsen. Perhitungan CSI menggunakan nilai skor rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing masing atribut. Analisis CSI dapat dikaitkan dengan hasil metode IPA.

Tabel 2. Perhitungan *Customer Satisfaction Index*

No.	Atribut	Rata-rata skor kepentingan (MISi)	Rata-rata skor kinerja (MSSi)	Weighted Factor (WF)	Weighted Score (WS)
1	Bentuk beras	4,25	4,01	3,52	0,14
2	Warna beras	4,38	4,03	3,63	0,14
3	Beras pecah	3,81	3,89	3,16	0,14
4	Panjang beras	3,58	3,89	2,97	0,11
5	Menir beras	3,61	3,87	2,99	0,11
6	Kebersihan beras	4,58	4,14	3,80	0,15
7	Keragaman butir	3,60	3,84	2,98	0,11
8	Kepulenan	4,44	4,22	3,68	0,15
9	Aroma beras	4,41	4,23	3,65	0,15
10	Daya tahan beras	4,55	4,43	3,77	0,16
11	Pandan wangi	3,86	3,93	3,19	0,12
12	Menthik susu	3,86	3,94	3,19	0,12
13	Menthik wangi	3,86	3,94	3,19	0,12
14	IR 64	3,87	3,95	3,21	0,12
15	Beras merah	3,81	3,90	3,16	0,12
16	Beras hitam	3,73	3,86	3,09	0,11
17	Beras coklat	3,72	3,84	3,08	0,11
18	C4	3,72	3,84	3,08	0,11
19	Plastik 1 kg	3,55	3,57	2,94	0,10
20	Plastik 2 kg	3,71	3,70	3,07	0,11
21	Plastik 5 kg	4,04	3,96	3,35	0,13
22	Box 1 kg	3,11	3,15	2,58	0,08
23	Box 2 kg	3,10	3,16	2,57	0,08
24	Harga beras	4,92	3,18	4,08	0,13
25	Mudah didapat	4,60	3,68	3,81	0,14
26	Kebiasaan	4,26	3,93	3,52	0,13
27	Prestise	3,24	3,05	2,68	0,08
28	Peduli kesehatan	4,99	4,91	4,14	0,20
29	Peduli lingkungan	4,57	4,46	3,79	0,16
30	Kandungan gizi	4,99	4,89	4,13	0,20
Jumlah		120,72	117,39	100	
Weighted Total					3,83
Satisfaction Index					76,6

Sumber: Analisis Data Primer Tahun 2017

Hasil analisis perhitungan CSI menunjukkan nilai CSI yang diperoleh sebesar 76,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen sudah merasa puas dengan atribut beras organik karena sesuai dengan kriteria bahwa nilai CSI jika hasil perhitungan menunjukkan 60%-80% maka tergolong kategori puas. Kepuasan konsumen menyebabkan loyalitas atau kesetiaan konsumen dalam mengkonsumsi beras organik, sehingga permintaan terus bertambah. Hasil CSI didukung pula dengan atribut-atribut pada kuadran B dan kuadran D yang tetap harus dipertahankan sehingga nilai CSI nya tidak mengalami penurunan. Nilai CSI yang belum

mencapai 100% disebabkan oleh adanya faktor dari atribut pada kuadran A dan C yang masih perlu diperbaiki dan ditingkatkan dalam waktu dekat.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dengan persentase rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 94,91%, sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut beras organik sudah sesuai tetapi belum memenuhi harapan dari konsumen sehingga masih perlu dilakukan perbaikan. Atribut yang perlu diperhatikan dan menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan adalah harga beras organik dan kemudahan mendapatkan produk (Kuadran A).

Nilai tingkat kepuasan konsumen sebesar 76,6%, berdasarkan kriteria hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen secara keseluruhan sudah merasa puas dengan beras organik yang dikonsumsi.

Saran

Konsumen dalam melakukan pembelian beras organik untuk lebih memperhatikan dan mempertimbangkan informasi mengenai berbagai atribut produk yang ada pada beras organik. Pemasar meningkatkan pemasaran dengan memberikan dan mengemas informasi dengan baik agar konsumen dapat memahami dengan mudah berbagai informasi yang ada.

Pemerintah untuk membuat kebijakan terkait mutu dan kualitas produk beras organik di Kota Surakarta.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, dosen yang telah membimbing, Kesbangpol, Bappeda dan BPS yang telah membantu, pihak pasar swalayan yang telah memberikan izin penelitian dan konsumen yang bersedia menjadi responden penelitian.

Daftar Pustaka

- Ara, Shihomi. 2003. *Consumer Willingness To Pay For Multiple Attributes Of Organic Rice: A Case Study In The Philippines*. South Africa. International Association of Agricultural Economists.
- Berkowitz, Eric N. 2000. *Marketing*. Sixth Edition. North America: The McGraw-Hill Companies Inc.
- Engel JF, Blackwell RD, Miniard PW. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Aksara
- Idaman N, Yulianti LN, dan Retnaningsih. 2012. Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis* Vol 9 No. 2 Hal 117-126.
- Irawan, H. 2002. *Prinsip Kepuasan Konsumen*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Irmaini, Zul. 2010. Aplikasi Importance-Performance-Analysis dalam Menilai Kualitas Pelayanan Pembuatan Kartu Ak.1 Pada Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Cilacap. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi* Vol. 19 No. 2.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Kota Surakarta Dalam Angka 2016*. Surakarta: BPS Kota Surakarta.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto, 2008. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat, Jakarta.
- Martilla, J.A, and James, J.C. 1977. Importance Performance Analysis. *Journal of Marketing*, Hal: 77-79.
- Mayrowani, H. (2014). Pengembangan Pertanian Organik. *Jurnal Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian* Vol. 30 No. 2, Hal: 91-108.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rusma J, Hubeis M dan Suharjo B. 2011. Kajian Preferensi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Beras Organik di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* Vol. 6 No. 1 Hal: 49-54.
- Simamora, Bilson. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M dan Sofian. 1980. *Metode Penelitian Survei*. Pusat Penelitian dan Studi Kependudukan. Universitas Gadjah Mada.
- Sumarwan U, Noviandi A, dan Kirbrandoko. 2013. Analisis Proses Keputusan Pembelian, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik di Jabodetabek. *Jurnal Pangan*, Vol. 22 No. 2 Hal: 333-344.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Utami, Dyah Panuntun. 2011. Analisis Pilihan Konsumen Dalam Mengkonsumsi Beras Organik Di Kabupaten Sragen. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* Vol 7 No. 1 Hal 41-58.
- Vindigni, G, Janssen, MA & Jager, W. (2002). Organic food consumption: A multi-theoretical framework of consumer decision making. *British Food Journal*, Vol. 104 No. 8 Hal: 624-642.
- Wilkie, William L. 1990. *Consumer Behavior*. Second Edition. Canada: John Wiley & Son, Inc.
- Winarni, 2013. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis Serta Service Quality. *Jurnal Rekayasa* Vol. 1 No. 1 Hal: 206-222.